

Quand la technologie rencontre le design : entretien avec le co-fondateur de Clippings

L'entrepreneur Tom Mallory nous livre ses réflexions sur la manière dont la technologie transforme l'architecture d'intérieur.



Lorsque Tom Mallory et Adel Zakout ont créé leur entreprise d'e-commerce en 2014, l'architecture d'intérieur n'avait pas encore connu la révolution numérique observée dans d'autres secteurs. En s'appuyant sur la technologie, Clippings a ainsi rationalisé les processus de gestion afin de permettre aux architectes et aux designers de se consacrer pleinement à leurs activités créatives.

L'idée initiale de Tom Mallory et d'Adel Zakout, qui se sont connus à l'école d'architecture, consistait à créer un site de vente en ligne proposant une collection unique de mobilier. Les marques choisies, bien que très prometteuses, avaient besoin d'un coup de pouce en matière de marketing et de distribution. Mais les deux entrepreneurs ont rapidement identifié une lacune que la technologie n'avait pas encore comblée.

Ainsi, aujourd'hui, Clippings est aussi un logiciel permettant aux architectes et aux designers de simplifier leur processus d'approvisionnement, de l'inspiration initiale à la gestion de la livraison et de l'installation. Tom Mallory, l'un des deux co-fondateurs, a répondu aux questions de l'équipe 360 sur le rôle disruptif de son entreprise - et de la technologie en général - dans l'univers du design.

360 : Comment êtes-vous passé d'un site de vente en ligne mettant en avant de nouveaux designers à une plate-forme permettant de gérer le processus d'approvisionnement de bout en bout ?

Tom Mallory : Lorsque nous avons lancé Clippings, les marques que nous proposons étaient introuvables ailleurs. Au bout d'un moment, nous avons commencé à recevoir des demandes de devis de la part de designers et d'architectes. C'est en apprenant à connaître ces clients que nous avons pris conscience du potentiel considérable de la technologie dans ce domaine.

Dès lors, nous avons réorienté notre stratégie afin de satisfaire cette demande, même si nous tenons toujours à défendre des marques émergentes. Nous nous sommes donc attelés à créer une expérience exceptionnelle pour notre nouvelle clientèle cible.

Nous avons passé beaucoup de temps avec des designers et des architectes afin de comprendre les obstacles auxquels ils étaient confrontés et de rechercher des solutions fondées sur la technologie.

Aujourd'hui, Clippings les aide à trouver l'inspiration, à gérer des projets, à collaborer avec leurs équipes, à maîtriser leur budget ou encore à organiser les processus logistiques.

« Nous sommes convaincus que les espaces inspirants et bien conçus sont une source de bien-être. »

TOM MALLORY | Co-fondateur de Clippings.com

360 : Sur votre site, vous indiquez « utiliser la technologie pour révolutionner le secteur de l'architecture d'intérieur ». Comment vous y prenez-vous ?

TM : Actuellement, le monde de l'architecture d'intérieur est fragmenté et inefficace. Il ne tire pas encore pleinement parti des opportunités offertes par la technologie. Nous proposons donc une plate-forme numérique performante destinée à transformer le secteur en offrant une véritable valeur ajoutée aux utilisateurs.

Nous avons agrégé et harmonisé les données relatives aux produits et développé des outils permettant de simplifier l'intégralité du processus de travail des designers et des architectes, de l'inspiration à l'installation. Pour autant, si nous nous concentrons avant tout sur la technologie, nous accordons également une grande importance à la dimension humaine de notre activité. Ainsi, tous les utilisateurs ont la possibilité de contacter notre équipe de gestionnaires de comptes, dont la majorité sont d'anciens designers, architectes ou professionnels du mobilier, et nous organisons régulièrement des événements afin de rencontrer notre communauté.

360 : Quelle est votre principale source de motivation ?

TM : Nous croyons à la valeur du design. En changeant la manière dont le mobilier est sélectionné et distribué, en optimisant les processus et en donnant accès à des produits de qualité, nous contribuons à la croissance du secteur. Nous sommes convaincus que les espaces inspirants et bien conçus sont une source de bien-être.



360 : Adel et vous-même avez étudié l'architecture. Cette formation vous a-t-elle permis de pratiquer le design thinking et de ne jamais perdre de vue l'utilisateur final ?

TM : Oui. Son père et le mien étaient tous deux architectes – nous avons grandi dans cet univers. Ce n'est donc pas un hasard si nous avons fondé Clippings et les entreprises qui l'ont précédée. Pour ma part, je suis très attaché au design centré sur l'expérience utilisateur. Celle-ci doit toujours constituer le point de départ.

360 : L'e-commerce ne représente que 6 % environ du secteur du mobilier, qui pèse plusieurs milliards de dollars. Pourtant, votre entreprise enregistre une croissance annuelle de plus de 400 % depuis sa création. Elle est désormais la première plate-forme de vente en ligne de mobilier et d'éclairage au Royaume-Uni. Comment avez-vous réussi à bousculer ce secteur traditionnel ?

TM : Lorsque nous avons commencé, les seules sociétés en ligne qui s'aventuraient dans le design étaient des sites de ventes flash. Malgré leurs belles promesses, la plupart d'entre elles ont finalement fourni des prestations de piètre qualité. Elles ont ainsi fortement nui à l'image de marques bien établies, qui avaient mis plusieurs décennies à asseoir leur réputation. Les premières années, nous avons donc eu beaucoup de mal à approcher ces entreprises. Nous avons dû les convaincre que nous étions différents, que nous voulions créer quelque chose qui aurait un impact positif sur le secteur.

« Pour ma part, je suis très attaché au design centré sur l'expérience utilisateur. Celle-ci doit toujours constituer le point de départ. »

360 : Les technologies émergentes, par exemple la réalité augmentée, sont en plein essor. Que pensez-vous de cette tendance ?

TM : Lorsqu'elles seront mieux acceptées, je pense que la réalité augmentée et la réalité virtuelle offriront des applications vraiment performantes, tout particulièrement dans l'architecture d'intérieur. La réalité virtuelle est la plus intéressante. Elle pourrait changer la manière dont les designers créent des espaces, mais aussi celle dont les clients interagissent avec les produits au cours du processus de vente – jusqu'à rendre les showrooms obsolètes.

À plus long terme, lorsque les individus passeront beaucoup de temps dans des espaces virtuels, la réalité virtuelle pourrait créer un véritable marché numérique de l'architecture d'intérieur. Nous n'en sommes pas là, car la technologie doit encore progresser. Mais j'ai hâte de voir ce qui se produira lorsque les espaces virtuels deviendront une réelle alternative à ceux que nous connaissons aujourd'hui.



Tom Mallory est le co-fondateur de Clippings.com. Étudiant éclectique, il s'est formé à l'architecture, au design et à l'écriture de scénarios tout en travaillant au développement de start-up pendant son temps libre. Sensibilisé dès le plus jeune âge à l'esthétisme des espaces et du mobilier, il s'est ensuite naturellement tourné vers des entreprises conscientes de la valeur du design. Il a ainsi co-créé OpenBuildings, une ressource pédagogique qui a été téléchargée plusieurs millions de fois. Aujourd'hui, il se concentre sur Clippings.com, une plate-forme tout-en-un facilitant la réalisation de projets d'architecture d'intérieur. Alliant la performance de la technologie au savoir d'experts de la profession, Clippings permet aux designers et aux architectes de découvrir des milliers de marques, de maîtriser leur calendrier et d'acheter tout ce dont ils ont besoin au même endroit.

[+Notre entreprise](#)

[+Service Clients](#)

[+Legal Notices](#)

[+Suivez-nous!](#)

[+Contactez-nous](#)

Steelcase

© 1996 - 2022 Steelcase Inc. is a global leader in office furniture, interior architecture and space solutions for offices, hospitals and classrooms. Our furniture is inspired by innovative research in workspace design.